

преобразований. Роль аналитической журналистики в этом процессе зависит и от точности определения ее функционально-структурных критериев в системе информационного обеспечения социально значимых инновационных проектов.

Концептуализация обоснования и моделирование функционально-структурных критериев современной аналитической журналистики в системе информационного обеспечения инновационных проектов имеет фундаментальное значение для:

- конструирования и реализации оптимальной модели национальной информационной стратегии и механизма ее реализации на основе эффективных инновационных информационных технологий и проектов;

- актуализации когнитивной функции аналитической журналистики в объективной рефлексии творческими средствами современной картины мира, формировании системных общественных представлений о состоянии окружающей среды, повышении инновационной культуры общества, позиционировании конструктивного имиджа государства.

Елена Богданович, Надежда Беляя

Белорусский государственный технологический университет

РЕДИЗАЙН НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОГО ЖУРНАЛЬНОГО ИЗДАНИЯ (на примере журнала «Финансы, учет, аудит»)

Известно, что композиция журнала в широком смысле включает в себя «формулу» издания (краткое определение его главных задач и общественной роли), типологическую и графическую концепции [1].

Актуальность работы обусловлена производственной необходимостью улучшения качества журнала «Финансы, учет, аудит».

В процессе работы проанализировано 14 журналов выбранного типа («Финансы, учет, аудит», «Банковский вестник», «Государственный контроль», «Белорусское сельское хозяйство», «Медицинская панорама», «Земледелие и защита растений», «Энергоэффективность» и др.) в соответствии с требованиями, предъявляемыми к ним.

Отметим, что все рассмотренные издания соответствуют заявленному типу. Анализ журналов показал, что содержание и тематические направления, используемые жанры, стиль, объем, периодичность и тираж соответствуют их общественной роли, а также в определенной мере особенностям читательской аудитории. Здесь речь идет о том, что ма-

териал в журналах соответствует информационным потребностям их читателей. Например, в журнале «Финансы, учет, аудит» (№ 8, 2014 г.), адресованном работникам сферы финансов, раскрываются такие темы: «Рынок облигаций: этапы развития», «На страже интересов бюджета», «Первая деноминация белорусского рубля», «Оптимизация механизма расчета трудовых пенсий» и др.

В то же время форма подачи материала, его размещение в рубриках не всегда соответствует требованиям современного читателя. Соответственно, характер оформления журнала научно-практического типа (структура, типовые макеты, стандартные операции дизайна) нуждаются в улучшении.

В результате анализа журнала «Финансы, учет, аудит» выявлены достоинства и недостатки его композиции, которые свойственны и другим научно-практическим журналам.

Цель рассматриваемого журнала – проинформировать работников сферы финансов Республики Беларусь о событиях в мире экономики, предоставить читателям необходимую текущую информацию об изменениях в экономике нашей страны.

К сожалению, несмотря на то что рубрики журнала определены, в журнале отсутствует четкая тематическая структура. Рубрики повторяются, не выдержана хронология размещения материала. Так, за рубрикой «Налоговая политика» размещена рубрика «Юбилей», затем следует рубрика «Денежный обзор» и т. д. Такое расположение материала нецелесообразно с точки зрения логики. Без изменений структуры журнала редизайн невозможен.

Далее рассмотрим внешнюю и внутреннюю форму научно-практического журнала.

Большое внимание в общей концепции любого журнала занимает обложка. Специалисты [2, 3] считают, что в журнале научно-практического типа на обложке главное место отводится титульному комплексу, его разработке и дизайну. Однако, к сожалению, обложка часто выглядит как неудачное сочетание «традиционного» собственно шрифтового оформления и «плакатного», характерного для массового журнала. В рассматриваемом журнале титульный комплекс, в том числе логотип, не разработан, не используются композиционные и коммуникативные приемы взаимодействия с читателем. Название журнала набрано без специального оформления гарнитурой Garamond, размером 55 пт на плашке зеленого цвета. Календарные данные размещены отдельно. Вид журнала не указан.

Все рубрики журнала смакетированы единообразно. Используется только две простые модульные сетки (двухколонная и трехколонная). Практически не применяются композиционные и графические приемы выделения текста. Это связано в первую очередь с тем, что используются простые текстовые комплексы. На страницах отсутствует достаточное количество свободного места, слишком плотное заполнение пространства полосы отрицательно влияет на удобочитаемость и восприятие материала читателем. В рассматриваемом журнале не используется полноцветная печать, что связано с экономическими причинами. После выявления связи содержания журнала с его дизайном, уточнения структуры издания выделены способы повышения его качества.

Для того чтобы улучшить внешний облик журнала, следует разработать новый логотип, а также композицию титульного комплекса в целом. Его шрифтовое оформление в известной мере должно быть выбрано в соответствии с типом издания, его направленностью и тематикой. Оставшееся же пространство необходимо рационально использовать (несложная графика, рисованные иллюстрации по теме номера).

Предлагается разработать новые варианты модульных сеток, увеличить их количество. Например, для рубрик «Информ-абзац», «В Министерстве финансов» предполагаются сложные модульные сетки, включающие в себя «воздух» (незапечатанное пробельное пространство), который позволит читателю лучше воспринимать материал.

Для связи содержания журнала с его рубриками можно предложить разработку графических элементов, которые помогут единообразно обозначить рубрики в содержании журнала и на странице, где размещается материал.

Можно сделать вывод, что читательский адрес журнала научно-практического типа учитывается не полностью. С одной стороны, читателю-специалисту предоставляется необходимая информация. С другой стороны, недостаточно учитываются особенности восприятия им материала. Сегодня предъявляются новые требования к структурированию информации журнала [4], а значит и его дизайну. Читательские ожидания заключаются в более дробном структурировании материала, выделении главного и второстепенного, даже в повторах главных мыслей. Все это должно быть поддержано соответствующей композицией журнальных страниц.

Літэратура

1. Тулупов, В.В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама / В.В. Тулупов. – Воронеж: Кварта, 2001. – 313 с.

2. Кнабе, Г.А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции / Г.А. Кнабе. – М.: Диалектика: Вильямс, 2006. – 726 с.
3. Маккей, Дж. Все о журналах / Дж. Маккей. – М.: Университетская книга, 2008. – 342 с.
4. Сундуков, А.С. Дизайн российских журналов: история, теория, практика: автореф. дис. ... канд. филол. наук / А.С. Сундуков. – Воронеж, 2011. – 22 с.

Виталий Герцев

Белорусский государственный университет

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЖАНРЫ В ВЕЧЕРНИХ ИЗДАНИЯХ БЕЛАРУСИ

С развитием телевидения, радио, а особенно интернет-СМИ в последнее десятилетие наметилась тенденция отказа некоторых печатных периодических изданий от новостных жанров. Технические преимущества электронных средств массовой информации в оперативном распространении новостей принуждают руководство газет пересматривать традиционные, складывавшиеся веками стратегии редакционной политики.

В свете данных перемен рассмотрим опыт белорусских вечерних газет. С учетом, что вечерние издания по природе своей информационные, интересно проанализировать, как они адаптируются к изменившимся условиям медиасреды.

Несмотря на то что периодичность выхода вечерней прессы составляет один-два раза в неделю, в жанровой палитре изданий данного типа новость занимает далеко не последнее место.

Информационные заметки, репортажи, краткие отчеты с мероприятий занимают ведущее место в композиционной модели номера. Как правило, они публикуются на второй, третьей, четвертой страницах. Новости медицины, коммунально-бытовой сферы, транспорта. При всей насыщенности столичного медиарынка популярную «вечерку» не может заменить ни одна из FM-радиостанций, ни СТБ, ни интернет-порталы.

«По числу газетных миниатюр, а также формам их подачи вечерние газеты, в том числе и наша, столичная, обычно опережают утренние издания», – писал в книге «Газета выходит вечером» Семен Индурский, классик вечерних новостей, один из наиболее известных редакторов в истории «Вечерней Москвы». Миниатюрность, свойственная информа-